

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK.COM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN INDONESIA

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh :

MUHAMAD IMAM ZAHROWI
NIM 42316010097

Jurusan Desain Komunikasi Visual




Dosen Pembimbing :

Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds, Cs

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS
DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2020**

LEMBAR PERNYATAAN

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--	--	---

Semester : 8

Tahun Akademik : 2019/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Imam Zahrowi
Nomor Induk Mahasiswa : 42316010097
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Womantalk.com
Sebagai Media Informasi Perempuan Indonesia

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini menyatakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2019


Yang memberikan pernyataan,



(Muhamad Imam Zahrowi)

Gambar 1. Lembar pernyataan

LEMBAR PENGESAHAN

	LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	---

Semester: B

Tahun akademik: 2019/2020

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Womantalk.com
Dibuat Oleh : Sebagai Media Informasi Perempuan Indonesia

Nama : Muhamad Imam Zahrowi

NIM : 42316010097

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diperiksa dan dinyatakan LULUS pada Sidang Sarjana Tanggal 27 Juli 2020

Pembimbing,



(Dr. Artanti Kusumo Wardhani, M.Ds, Cs)

UNIVERSITAS

Jakarta, 14 Agustus 2020

MERCU BUANA

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir

(Rika Hindranuninggar, S.Sn, M.Sn)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Desain

(Rika Hindranuninggar, S.Sn, M.Sn)

Gambar 2. Lembar pengesahan

**JAKARTA 2020 PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN JAKARTA**

Muhamad Imam Zahrowi

NIM 423116010097

ABSTRACT

The visual role in promotion is needed in all fields of life. Visuals in promotion influence by a form that describes and differentiates a brand. Differentiate brands or differentiate one brand from other competitors' brands, so that the comparison can be seen and felt prominently in order to be remembered by the public. Digital media news portals for women use promotions that have been started from digital media and spread to social media that is easy to reach for all Indonesian people.

The purpose of this design is to provide a new visual that can later be used to promote the women's news portal Womantalk.com so that it can be more enjoyed by readers in various circles on social media. For this reason, the method used in this design is to make promotions in social media Instagram with illustrations as explanatory media in the delivery of information delivered.

Keyword: Advertising, Promotion, Social media

**JAKARTA 2020 PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK
SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN JAKARTA**

Muhamad Imam Zahrowi

NIM 423116010097

ABSTRAK

Peran visual dalam promosi sangatlah dibutuhkan dalam segala bidang di kehidupan. Visual dalam promosi berpengaruh oleh suatu bentuk yang menggambarkan dan mendiferensiasikan suatu *brand*. Mendiferensiasikan *brand* atau membedakan satu *brand* dari *brand* kompetitor lainnya, sehingga dapat terlihat dan dirasakan menonjol perbandingnya agar bisa diingat oleh masyarakat. Portal berita media digital untuk perempuan menggunakan promosi-promosi yang sudah di mulai dari media digital serta merambah kepada media sosial yang mudah untuk dijangkau seluruh masyarakat Indonesia.

Tujuan perancangan ini dilakukan untuk memberikan visual baru yang nantinya bisa digunakan untuk mempromosikan portal berita perempuan *Womantalk.com* agar bisa lebih dinikmati oleh pembaca dalam berbagai kalangan di media sosial. Untuk itu metode yang digunakan dalam perancangan ini yaitu membuat promosi dalam media sosial instagram dengan ilustrasi sebagai media penjas dalam penyampaian informasi yang disampaikan.

Kata kunci: *Promosi, media sosial, Instagram*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberi rahmat dan karunia yang senantiasa telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dalam keadaan sehat jasmani dan rohani. Maka dari itu penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Media Promosi Womantalk.com sebagai Media Informasi Perempuan Jakarta” hingga waktu yang sudah ditentukan.

Laporan tugas akhir ini menjadi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1). Laporan tugas akhir ini dapat selesai karena dukungan dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga yang tidak kenal lelah membantu selama melangsungkan pendidikan,
2. Ibu Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds, Cs selaku dosen pembimbing yang telah banyak berkontribusi dalam menyelesaikan tugas akhir,
3. Grup Orang Media yang masih aktif berinteraksi untuk menyelesaikan proker-proker baru untuk masa depan Orange Media,
4. Teman magang yang ceria, teman-teman Orange Media yang sangat menyibukan hingga menghibur dan teman kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Saya sadar bahwa dalam penulisan laporan perancangan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, untuk itu saya ingin lebih mendapat kritik maupun masukan untuk membuat perancangan ini bisa lebih sempurna. Kemudian saya berharap laporan ini bisa berguna untuk generasi Desain Komunikasi Visual selanjutnya dan berguna juga bagi masyarakat umum.

Jakarta, 20 Juli 2020

Muhamad Imam Zahrowi

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABLE.....	x
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Perancangan.....	1
B. Tujuan Perancangan.....	3
C. Manfaat Perancangan.....	4
II. METODE PERANCANGAN.....	5
A. Orisinalitas.....	5
B. Target /Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran).....	8
C. Relevansi dan konsekuensi studi.....	8
D. Skema Proses Desain.....	11
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN.....	13
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan.....	13
B. Analisis SWOT.....	15
C. Data Aspek Teknis Karya Perancangan.....	18
D. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan.....	23
IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN.....	30
A. Tataran Lingkungan/Komunitas.....	30
B. Tataran Sistem.....	31
C. Tataran Produk.....	33
D. Tataran Komponen.....	38
V. UJI DESAIN.....	52
A. Deskripsi Karya.....	52
B. Kegiatan Uji Desain.....	53
C. Hasil Uji Desain.....	55
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
KEPUSTAKAAN.....	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lembar pernyataan.....	ii
Gambar 2. Lembar pengesahan.....	iii
Gambar 3. Inspirasi karya sejenis 1	6
Gambar 4. Inspirasi karya sejenis 2	7
Gambar 5. Referensi karya banner promo Tokopedia 1	14
Gambar 6. Referensi karya banner promo Tokopedia 2.....	14
Gambar 7. Social media engagement (Dok.Getcraft).....	19
Gambar 8. Referensi 2D motion (sumber: pinterest).....	22
Gambar 9. Referensi 2D motion (sumber: pinterest).....	22
Gambar 10. Referensi Ilustrasi (sumber: pinterest)	23
Gambar 11. Colour wheel (sumber: Google.com)	25
Gambar 12. Tipografi Roman (sumber: Google.com).....	26
Gambar 13. Tipografi Italic (sumber: pinterest.com).....	26
Gambar 14. Tipografi Bold (sumber: pinterest).....	27
Gambar 15. Cara kerja media (Dok.pribadi).....	31
Gambar 16. Cara penyebaran media (Dok.pribadi)	32
Gambar 17. Spesifikasi teknis karya (Dok. pribadi)	34
Gambar 18. Warna (Dok. pribadi).....	38
Gambar 19. Tipografi Lato (Dok.Pribadi).....	38
Gambar 20. Tipografi Gotham Rounded (Dok. pribadi).....	38
Gambar 21. Moodboard (Dok. Pinterest & pribadi)	39
Gambar 22. Ilustrasi foto (Dok GVM & edited pribadi).....	40
Gambar 23. Ornamen (Dok.pribadi)	40
Gambar 24. Elemen grafis Healthy	41
Gambar 25. Elemen grafis Hororscop.....	41
Gambar 26. Elemen grafis Give away	41
Gambar 27. Elemen grafis Circle	41
Gambar 28. Elemen grafis Self love	42
Gambar 29. Elemen grafis Beauty.....	42
Gambar 30. Visualisasi tumbnail youtube ads (Dok. Pribadi).....	42
Gambar 31. Scene 1 (Dok. pribadi).....	43

Gambar 32. Scene 2 (Dok. pribadi).....	43
Gambar 33. Scene 3 (Dok. pribadi).....	43
Gambar 34. Scene 4 (Dok. pribadi).....	43
Gambar 35. Scene 5 (Dok. pribadi).....	43
Gambar 36. Scene 6 (Dok. pribadi).....	44
Gambar 37. Instastory scene 1	44
Gambar 38. Instastory scene 2	45
Gambar 39. Instastory scene 3	45
Gambar 40. Instastory scene 3	45
Gambar 41. Visual ads instagram feed (Dok. Pribadi).....	46
Gambar 42. Visual ads instastory (Dok. Pribadi).....	46
Gambar 43. Moke up visualisasi ads (Dok. pribadi).....	47
Gambar 44. Korusel "tips" (Dok. pribadi).....	48
Gambar 45. Visual "kepribadian" (Dok. pribadi)	48
Gambar 46. Visual "quotes self love" (Dok. pribadi)	49
Gambar 47. Visualisasi ads twitter (Dok.pribadi).....	51
Gambar 48. Visualisasi ads Womantalk (Dok.pribadi).....	52
Gambar 49. Website exhibition FDSKUMB (Dok. Pribadi).....	53
Gambar 50. Halaman website exhibition (Dok. pribadi)	54
Gambar 51. Kolom interaksi (Dok. pribadi).....	54
Gambar 52. Data umur (Dok. Pribadi)	55
Gambar 53. Data Gender (Dok. pribadi).....	55
Gambar 54. Diskusi dengan staff konten Womantalk.com 1	63
Gambar 55. Diskusi dengan staff konten Womantalk.com 2	63
Gambar 56. Surat izin peminjaman aset photo	64
Gambar 57. ACC upload revisi 1.....	65
Gambar 58. ACC upload lembar pengesahan	65
Gambar 59. Lembar nilai sidang akhir	66

DAFTAR TABLE

Tabel 1. Inspirasi karya sejenis.....	6
Tabel 2. Inspirasi karya sejenis 2.....	7
Tabel 3. Biaya pra produksi.....	9
Tabel 4. Biaya produksi.....	10
Tabel 5. Biaya media pendukung.....	10
Tabel 6. Total biaya perancangan	10
Tabel 7. Skema proses desain.....	11
Tabel 8. Analisis SWOT	15
Tabel 9. Data consumer journey 1.....	16
Tabel 10. Data consumer journey 2.....	17
Tabel 11. Storyboard motion Ads.....	44
Tabel 12. Ads Instagram story.....	45
Tabel 13. Instagram feed sebagai media pendukung informasi	49
Tabel 14. Instagram story (Dok. pribadi).....	50
Tabel 15. Form feedback.....	57